9e séminaire francophone de la collecte de fonds

22, 23 et 24 juin 2010 Paris

Association Française des Fundraisers

La rencontre annuelle des professionnels du fundraising

partenaire principal







Chers amis,

Depuis dix ans, le monde du fundraising s'est diversifié, complexifié, accéléré. La concurrence se fait de plus en plus intense entre les associations, mais aussi avec les universités, les hôpitaux, les fonds de dotation, et tous les nouveaux acteurs de la philanthropie française qui ont vu le jour ces dernières années.

La 9e édition du séminaire de la collecte de fonds vous donnera les clefs pour comprendre et accompagner les évolutions de la société.
La maîtrise de l'ensemble des outils du fundraising et la diversification des modes de collecte sont en effet devenus les maîtres mots d'une collecte réussie. Parce que le Web et les réseaux sociaux, mais aussi les legs dessinent l'avenir du fundraising, nous avons souhaité créer des sessions renforcées sur ces sujets.

Ce séminaire est aussi, et surtout, un temps pour vous. Pour vous rencontrer, échanger, phosphorer ensemble, dans une ambiance détendue et conviviale.
Une respiration salutaire à la fin d'une année chargée. Pour mieux préparer la suivante.

L'année prochaine, le séminaire de la collecte de fonds fêtera ses dix ans d'existence. Un petit pas au vu des défis qui attendent les associations en ces temps de crise économique et sociale. Mais un grand pas pour cette belle profession de fundraiser qui, à force de travail, d'échanges de bonnes pratiques et de partage d'expérience, a su s'adapter aux évolutions de la société et acquérir une légitime reconnaissance. Sans pour autant verser dans l'auto-satisfaction, réjouissons-nous donc de ces réussites et de tout le chemin parcouru jusqu'à aujourd'hui.

Merci à vous, professionnels de la collecte de fonds, de votre participation, chaque année plus intense et plus enrichissante à ce séminaire. Que cette neuvième édition soit le reflet de ce dynamisme et de cet engagement.

Yaële Aferiat
Directrice de l'AFF



Les objectifs du séminaire

Apprendre toujours plus

Le séminaire de juin doit vous permettre de connaître les outils, les techniques et les grandes tendances qui serviront au mieux votre stratégie de collecte. Choisissez pour cela les ateliers correspondant à votre niveau, à vos problématiques et à vos aspirations.

Elargir votre réseau professionnel

Le séminaire est aussi l'occasion pour vous, fundraisers, de rencontrer les professionnels de la collecte de fonds et d'échanger sur vos expériences communes. Quoi de plus important en ces temps de crise que de pouvoir échanger entre pairs, de préserver et d'élargir son réseau ?

Donner votre avis et partager vos expériences

Parce que le séminaire est aussi l'occasion de donner votre avis sur des sujets qui vous passionnent, venez partager vos expériences entre professionnels du secteur. Les ateliers, masters, tables rondes et « apnéa » sont une occasion de donner votre point de vue et de confronter vos idées afin d'en ressortir plus riches de connaissances et plus motivés que jamais.

Aborder votre métier avec un esprit créatif et novateur

La créativité et l'innovation sont des valeurs fortes que défend l'AFF. C'est pourquoi nous vous proposons des sessions sur le thème de la créativité et avons créé le Prix de l'Innovation en Fundraising. Si vous voulez être au fait des dernières idées en matière de collecte de fonds, venez assister à la remise du 5e Prix de l'Innovation qui récompense une expérience innovante en fundraising dans quatre catégories distinctes : Opération de mailing, Partenariat entreprises, Campagne Internet et Dispositif multicanal.
Quels seront les heureux élus de 2010 ?



L'Association Française des Fundraisers est l'association des professionnels de la collecte de fonds exerçant dans tous les secteurs de l'intérêt général, de l'action sociale et humanitaire, à l'enseignement supérieur, en passant par la recherche, la culture ou l'environnement.

Elle vise à développer

professionnalisme et **déontologie** des pratiques de mobilisation des ressources tout en créant un espace privilégié d'**échange** et de partage pour les professionnels du fundraising en France.

Elle a pour mission :

- la **formation** et la montée en compétences des fundraisers
- l'amélioration de la pratique professionnelle, tant d'un point de vue éthique que technique, en faisant la **promotion des bonnes pratiques**
- la **reconnaissance de la profession** de fundraiser, de son rôle au sein des structures d'intérêt général, la mise en avant d'une approche ouverte, évolutive et innovante du métier
- d'être un **centre de ressources** et d'informations pour les fundraisers et toutes les personnes s'intéressant aux métiers de la collecte de fonds.

Devenez membre de l'Association Française des Fundraisers !
Notre objectif : vous accompagner tout au long de votre carrière et selon vos besoins, en vous permettant d'acquérir de nouvelles compétences pour développer les ressources des structures d'intérêt général.

Plus d'informations sur www.fundraisers.fr

Elle propose dans le cadre de ses activités :

Pour se former :

- **deux grands rendez-vous annuels** de plusieurs journées : la conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche et le séminaire francophone de la collecte de fonds.
- **le Certificat Français du Fundraising**, première formation certifiante en fundraising de douze journées, délivrée en partenariat avec l'ESSEC et reconnue au niveau européen grâce au label « EFA certification ».
- **des journées de formation** approfondies sur des thèmes ou des secteurs précis : Grands Donateurs, Marketing Direct, organisations confessionnelles, etc.

Pour s'informer :

- **le site internet www.fundraisers.fr** pour retrouver toutes les actualités, les offres de formation, les commentaires des internautes et les offres d'emploi disponibles en ligne
- **des petits-déjeuners** fundraising, lieux d'échange et occasions de rencontres dédiés aux professionnels
- le magazine ***Fundraizine***, première revue entièrement dédiée à la collecte de fonds et à l'actualité de la philanthropie
- **la newsletter**, rendez-vous mensuel de l'actualité du secteur
- **la base documentaire**, accessible aux adhérents de l'AFF, qui réunit plus de 250 documents et études pour vous accompagner dans vos recherches et vos réflexions.

Pour promouvoir et accompagner le développement du métier de fundraiser :
Forte de plus de 350 adhérents et réunissant plus de 1000 personnes chaque année, l'Association Française des Fundraisers est le **porte-parole des professionnels du fundraising**. L'AFF accompagne le développement et la **reconnaissance du métier**, en participant aux réflexions et débats sur les **bonnes pratiques, l'éthique,** les évolutions législatives et pratiques du métier. L'AFF est régulièrement partenaire de l'élaboration d'**études** permettant une meilleure connaissance de la générosité. Présente à l'**international** aux côtés de ses homologues européens réunis au sein de l'EFA (Europan Fundraising Association), l'AFF est également partenaire de l'IFC (International Fundraising Congress) et de Case Europe (Council for Advancement and Support of Education).



Le séminaire : mode d'emploi

Le découpage des journées

Mardi 22 juin 2010

09h00 - 10h45	Master Class
10h45 - 11h15	Pause-café
11h15 - 12h45	Master Class
12h45 - 14h00	Pause déjeuner
14h00 - 14h30	**Plénière d'ouverture**
14h30 - 16h00	Ateliers (x5)
16h00 - 16h30	Pause-café
16h30 - 18h00	Ateliers (x5)
18h00	**Apéro-quizz**

Mercredi 23 juin

09h00 - 10h30	Ateliers (x5)
10h30 - 11h00	Pause-café
11h00 - 12h30	Ateliers (x5)
12h30 - 13h45	Pause déjeuner
13h45 - 15h15	Ateliers (x4) Speedfundating (x1)
15h15 - 16h45	Ateliers (x4) Speedfundating (x1)
16h45 - 17h15	Pause-café
17h15 - 18h30	**Plénière Haïti : quels enseignements ?**

Jeudi 24 juin

09h00 - 10h30	Ateliers (x5)
10h30 - 11h00	Pause-café
11h00 - 12h30	Ateliers (x5)
12h30 - 14h00	Pause déjeuner/Speedfundating (x5)
14h00 - 15h30	Ateliers (x5)
15h30 - 16h00	Pause-café
16h00 - 17h30	Ateliers (x5)
17h30 - 18h15	**Plénière de clôture**
19h30	**Soirée de clôture Remise du 5e prix de l'Innovation en Fundraising**

Comment lire ce programme...

- **Les ateliers** d'1h30

Format classique du séminaire basé sur la présentation par des professionnels d'un sujet donné.
Le niveau de chaque atelier est spécifié sur le programme.
- débutant (moins de deux ans)
- intermédiaire (de 2 à 5 ans)
- avancé (5 ans et plus)

Ces ateliers ne nécessitent pas d'inscription préalable.
Le nombre de places est limité à 30 ou 40 participants par atelier.
Les premiers arrivés auront donc plus de chance d'avoir de la place.

Si vous avez manqué un des ateliers qui vous intéresse, regardez sur le programme s'il n'est pas doublé.
Retrouvez les grâce au tampon : session doublée

- **Les tables rondes** d'1h30

confrontent les avis de plusieurs intervenants sur une thématique.
Elles sont accessibles à tous.
Retrouvez les «Tables Rondes » grâce au tampon table ronde

- **Les sessions dites « Apnéa »**

d'une durée de 3h, sont l'occasion d'approfondir de manière interactive un sujet. Attention, afin de bénéficier au mieux du contenu proposé, il est préférable de rester durant les 3h.
Le niveau de chaque session Apnéa est spécifié sur le programme.
Retrouvez les sessions « Apnéa » grâce au tampon



- **Les sessions en anglais**

Retrouvez les sessions en anglais tout au long du programme, grâce au tampon session en anglais

- **Les Masters** d'une durée de 4h sont l'occasion d'approfondir une thématique donnée. Ils se dérouleront en simultané le 22 juin de 9h à 12h45.

Seuls les participants suivant les trois jours de séminaire peuvent assister à l'un des masters qu'ils auront sélectionné au préalable en nous renvoyant leur formulaire.
Le niveau de chaque Master est spécifié sur le programme .

- **Les thématiques et les niveaux** indiqués pour chaque session, vous aideront à vous repérer dans le programme et à choisir les sessions adaptées à vos besoins et centres d'intérêt.

Les Masters

Spécificité du séminaire de juin, les Masters, vous permettent de travailler en petit groupe sur des cas concrets proposés par des spécialistes du fundraising.
Ils ont l'avantage d'être interactifs et d'aller en profondeur sur un thème précis puisqu'ils durent 4 heures.

Mardi 22 juin, 4 Masters vous sont proposés au choix de 9h à 12h45.

N'oubliez pas que les Masters ne sont accessibles que sur inscription préalable et que les places sont limitées !



Master 1 TOUS NIVEAUX

Legs : « la preuve par trois »

Bâtir une stratégie legs n'est pas chose aisée; il n'y a pas de recette miracle mais une stratégie à bâtir sur le long terme. Pour la première fois, trois fundraisers expérimentés : Isabelle Leroi (Institut Curie), Jean-Marie Vieux (Fondation Abbé Pierre) et Jean-Marie Destrée (Secours Catholique et Fondation Caritas France) partageront leurs propres stratégies mais aussi des anecdotes, récits de vie, créations & benchmark, dernières études disponibles... Ils animeront le dialogue avec les participants permettant de mutualiser les bonnes pratiques et de repartir avec une vraie feuille de route pour initier ou optimiser une stratégie legs. ROI garanti !

Master 2 TOUS NIVEAUX



La marque, un capital clé de votre fundraising : « Show me the passion ! »

Quand un donateur potentiel est assailli de milliers de messages chaque jour, il devient fondamental d'être « unique ». Que ce soit pour collecter des fonds, recruter des bénévoles ou mobiliser autour d'une cause, il faut une marque qui rassure et qui inspire, une marque remarquable dont on se souviendra. Maria vous démontrera l'importance de votre marque et comment construire une marque forte qui suscitera l'adhésion immédiate et sincère de vos donateurs. Avec Maria Ros Jernberg, Responsable formation et communication du FRII (homologue suédois de l'AFF).

Master 3 INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

Fundraising online des deux côtés de l'Atlantique

En s'appuyant sur des études de cas venus de France et des Etats-Unis, ce master vous propose une traversée de l'Atlantique aller-retour en 4 heures seulement ! Le temps d'étudier les exemples de ce qui marche et de reprendre les fondamentaux d'une stratégie de fundraising online réussie. Sans oublier, à l'arrivée, une séance de brainstorming sur les actions possibles en France. Embarquement immédiat ! Avec Frédéric Fournier (Optimus), Johanna Wojtuniowski (Fondation Nicolas Hulot), et Michael Johnston (HJC, Canada).

Master 4 DÉBUTANT / INTERMÉDIAIRE

spécial petites associations

Construisez votre stratégie de collecte

Quels sont les fondamentaux d'une stratégie de collecte de fonds ? Où en êtes-vous ? Par où commencer ? Comment construire ou revisiter votre stratégie ? Véritable audit interactif, ce master vous permettra de découvrir les points clefs qui, de la vision au don, vous permettront de construire votre stratégie de collecte. Vous ferez le point sur votre propre pratique et partagerez des expériences, des témoignages et des conseils pratiques. Avec Géraldine Bralé (Mint) et Philippe Doazan (Duniya).

La plénière d'ouverture

Mardi 22 juin à 14h00

« Un grand témoin engagé dans la cité »
On ne présente plus **Jean-Marie Colombani,** Président et co-fondateur de Youphil et de slate.fr. Il sera l'invité d'honneur de la plénière d'ouverture de la 9e édition du séminaire de juin et partagera avec vous, fundraisers, sa vision du secteur non-marchand, de son évolution et plus largement de l'évolution de l'implication de la société civile dans le financement de l'intérêt général.



MULTICANAL
Comment réussir le mariage entre le on et le off-line ?

Etienne Jolivet (Ecedi), **Michel Raynaud** (Amnesty International) et **Carine Vincent** (Safig)
Si les espaces donateurs et le don en ligne en ligne ne sont plus des nouveautés depuis longtemps comment optimiser tout cela ? Pourquoi le on-line et le off-line ne font-ils pas toujours bon ménage ? Les outils et l'organisation interne des structures y sont certainement en grande partie pour quelque chose. Alors comment remédier à cela et mettre toutes les chances de votre côté pour rentrer dans une logique d'optimisation de tous vos outils à l'heure du multicanal : base de données, formulaire de don en ligne, espace donateurs, site Internet ? C'est à l'occasion de la refonte de sa base de données collecte et de son site Web qu'Amnesty International a été confrontée à cette réflexion stratégique et opérationnelle. Venez partager l'expérience de nos trois intervenants au cours de cet atelier interactif.

Les ateliers





INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

HORIZONS
Inspiration : Philanthropie 2020 new thinking, nouveaux défis

Jon Duschinsky (bethechange)
Le modèle économique du fundraising est en train de subir une révolution. Capital-risque philanthropique, philanthrocapitalisme, retour social sur investissement sans parler des tweetfests : la mondialisation, le nouveau rôle social des entreprises et la crise impactent tous le modèle économique même du fundraising. Cet atelier, apnéa, est destiné uniquement aux fundraisers avec un minimum de sept ans d'expérience. Il vous offre une fenêtre unique sur le futur et la promesse de trois heures inoubliables - riches d'enseignements pour comprendre comment tout cela va impacter votre collecte, votre organisation et votre plan de développement ! Si vous comptez lever des fonds dans les prochaines années, pouvez-vous vraiment vous permettre de le rater ?



TOUS NIVEAUX

PARTENARIATS ENTREPRISES
Penser l'entreprise autrement pour développer vos partenariats

apnéa

Jérôme Auriac (Be Linked), **Vincent Godebout** (Secours Catholique) et **Fabienne Pouyadou** (Care)
Cet atelier de trois heures, basé sur des retours d'expériences de professionnels vous donnera les clés de compréhension des stratégies et étapes clés menant à la construction de partenariats stratégiques. Quelles sont les contraintes et motivations des entreprises pour s'impliquer dans la durée ? Comment travailler votre offre ? Au-delà de l'aspect purement financier, votre projet associatif et vos missions ont tout à y gagner.



TOUS NIVEAUX



GRANDS DONATEURS
Collecter auprès des grands donateurs

Céline Amet (Institut du Cerveau et de la Moelle épinière)
Collecter auprès des « grands donateurs » est devenu une nécessité pour nombre d'institutions. Dans un marché où les sollicitations auprès des grands donateurs, des entreprises s'intensifient, comment démarrer et comment réussir ? L'objet de la session est d'étudier les méthodes pour identifier votre réseau d'influence, détecter les plus hauts potentiels, mobiliser vos ambassadeurs, animer un Comité de solliciteurs et enfin obtenir des dons ! Comment, par une vision globale de votre organisation et souvent un peu de créativité, l'identification de vos prospects peut-elle être efficace ? Quels techniques, astuces et savoir-être sont essentiels pour développer une collecte auprès des grands mécènes ?



DÉBUTANT / INTERMÉDIAIRE

FONDAMENTAUX
Comment revisiter votre projet associatif en construisant votre discours donateurs

Philippe Doazan (Duniya), **Emmanuel Poilane** (France Liberté, Fondation Danielle Mitterrand) et **Pascal Ponty** (Partage)
Loin d'être un long fleuve tranquille, la vie d'une association est semée de tournants et de paliers de croissance qui demandent à être particulièrement maîtrisés pour anticiper les changements, retrouver une identité ou sortir d'une crise. Dans ces contextes sensibles, la construction participative d'un champ de parole orienté donateurs est un moment privilégié pour réunir l'ensemble des acteurs d'une association autour de leur projet associatif et pour assoir les fondements d'une stratégie de collecte pérenne. Comment construire votre discours donateurs ? Comment impliquer l'interne dans cette construction ? Quelles en sont les conséquences pour le fundraising comme pour le développement général de votre association ? Venez partager votre expérience avec celles de deux associations et d'un conseiller spécialiste en stratégie de fundraising qui ont fait ensemble ce chemin.



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ



FISCALITÉ

Collecter plus grâce à la fiscalité

Catherine Bienvenu et **Daniel Bruneau** (Les petits frères des Pauvres)

Quel éventail de possibilités s'offre à vos donateurs pour optimiser fiscalement leur don ? Stock options, actions, assurance vie, ISF, donation temporaire d'usufruit… la panoplie d'outils et de montages s'est considérablement complexifiée ces dernières années, venez partager l'expérience de Daniel Bruneau et Catherine Bienvenu qui sauront vous donner envie de vous pencher sur tous ces outils et vous donneront les clés pour savoir comment les mettre efficacement en œuvre.



TOUS NIVEAUX



FIDÉLISATION

Une relation passionnée !

Maria Ros Jernberg (FRII)

C'est le cœur qui ouvre le porte-monnaie ! Combien de fois n'avons-nous pas entendu cette phrase ? Mais construisons-nous réellement notre communication avec nos donateurs sur la passion que nous partageons avec eux ? Dans cet atelier, nous nous intéresserons aux relations avec les donateurs et comment les choyer. Nous souhaitons tous avoir des donateurs impliqués qui resteront avec nous pour toujours mais prenons-nous vraiment soin d'eux ? Et veulent-ils vraiment avoir une relation avec nous ? Lors de cette session, découvrez théorie, exercices et études pour un atelier stimulant et inspirant. Vous retournerez chez vous avec des réponses à toutes vos questions, et prêts à enclencher un travail stratégique et solide



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

MARKETING DIRECT

Transformation PA, up-grade grands donateurs, croissance du don moyen : augmentez la valeur de vos donateurs en marketing direct

Pierre Bocquiny et **Vincent Bodin** (Maxyma)

Les stratégies de collecte les plus sophistiquées s'orientent vers des actions concentrées sur des potentiels pronostiqués. Grâce aux nouveaux scoring et au développement d'offres ciblées (un projet exclusif, verser son ISF, souscrire un contrat de fidélité, être associé à un programme traçable, entrer dans une démarche personnelle de donation ou de legs, etc.), découvrez comment augmenter la valeur de vos donateurs. Pierre Bocquiny et Vincent Bodin vous présenteront des exemples intéressants de ces actions haut de gamme, notamment les programmes réalisés pour la Fondation d'Auteuil, l'Institut Pasteur, l'ordre de Malte ou encore le Collège des Bernardins. Alors, prêts à réaliser des prouesses avec votre fichier ?



9 TOUS NIVEAUX

FIDÉLISATION

Fidélisation et relations donateur : pensez donateurs et augmentez leur cycle de vie

Benoit Duchier (Médecins du Monde) et
Sophie Helle-Neyreneuf (Plan International France)

Comment réconcilier les attentes du donateur avec les objectifs de collecte de l'association ? L'écoute des donateurs et l'analyse de leur cycle de vie sont deux façons complémentaires d'aborder ce problème essentiel en temps de crise. La session s'articulera autour de deux cas concrets issus de l'expérience de Médecins du Monde (MdM) et de PLAN. MdM a mis l'écoute active des donateurs - comité des donateurs, enquête, prise en compte des demandes - au cœur de sa collecte. PLAN articule son approche sur la compréhension du cycle de vie des donateurs pour optimiser la fidélisation. La présentation de ces deux cas donnera lieu ensuite à une discussion ouverte sur les moyens de concilier l'intérêt du donateur et celui de la collecte.



MARKETING DIRECT

Initiez et développez votre stratégie PA !

Alain Pierre (La Chaîne de l'Espoir)

Dans un contexte difficile, les prélèvements automatiques représentent un enjeu important permettant de stabiliser votre collecte, voire de la développer. Seront abordés dans cet atelier, les aspects stratégiques et pratiques, du mix-marketing à la gestion administrative des PA, en passant par les outils de recrutement et de fidélisation, le tableau de bord de suivi... Des exemples très concrets, basés sur le cas de La Chaîne de l'Espoir qui a démarré sa stratégie il y a cinq ans.



MARKETING DIRECT

Plongez au cœur des messages de collecte

Christophe Herlédan (Mint)

Il vous arrive d'écrire des messages de collecte ou d'en gérer la conception ? Parfois, vous ne savez pas dans quel sens ré-écrire ou re-cadrer votre rédacteur (ou pire, votre Président, convaincu de la puissance de son style). Pas de panique... Avec Christophe Herlédan, vous descendez au cœur des messages. Exemples à l'appui, vous comprenez en quelques principes simples comment une phrase s'articule, se démonte, et se remonte selon ce qu'on attend d'elle. Pensez à venir avec un crayon !



STRATÉGIE

Packager son offre marketing à partir de ce que vous êtes

Emmanuelle Le Roy (Institut Gustave Roussy)

Venez découvrir les prémisses et le déroulé d'une expérience pilote réussie : le Parrainage de Chercheurs à l'Institut Gustave Roussy ! C'est en se reposant les questions de base sur la différence et les atouts de l'Institut Gustave Roussy face aux

autres acteurs du secteur qu'Emmanuelle a imaginé cette nouvelle offre innovante et impliquante. Vous découvrirez comment, en partant des fondamentaux de votre structure et en prenant un peu de distance, vous pouvez faire émerger de nouvelles opportunités. Une session basée sur un cas concret et simple à appliquer qui sera certainement une source d'inspiration pour chacun d'entre vous.

13 TOUS NIVEAUX

INTERNATIONAL

Le fundraising à l'italienne

session doublée

Patrice Simonnet (ActionAid, Italie)
A travers les yeux d'un compatriote, venez découvrir les tendances de la collecte de fonds transalpine. Pourquoi les grandes ONG internationales s'intéressent-elles à ce marché ? Comment la créativité à l'italienne et la générosité chrétienne ont influencé les fundraisers dans un pays où une personne sur deux déclare faire au moins une donation par an ? Comment le système d'imposition permet à l'État de redistribuer aux ONG plus de 400 millions d'€ par an ? Pourquoi un collectif de douze ONG s'est rassemblé pour recueillir 15 millions d'€ pour Haïti seulement à travers un numéro de texto ? Les bonnes pratiques qui existent en Italie sont une source d'inspiration alternative à celles de nos voisins anglo-saxons. En définitive, la France est un pays latin, non ? Patrice Simonnet vit depuis dix ans en Italie où il a travaillé pour l'Unicef avant de devenir le Directeur de la collecte de fonds d'ActionAid, première ONG pour le parrainage d'enfants du pays avec 140 000 donateurs réguliers.



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

MULTICANAL

Marketing, e-marketing et communication multicanal

Matthieu Dijoux et **Eric Dutertre** (\Excel), **Roland Raymond** (Fondation d'Auteuil)
Le fundraising et le « marché de la générosité » ont aujourd'hui atteint un seuil de maturité : fragmentation des audiences, compétition entre les organisations, concurrence médiatique, multiplicité des outils de contacts, augmentation des coûts marketing et communication… Envisager la communication et le marketing dans un raisonnement multicanal devient une obligation. Pourtant, très peu d'acteurs du monde associatif présentent une véritable démarche multicanal. L'objectif de la session est de découvrir par la théorie et des cas pratiques, notamment celui de la Fondation d'Auteuil, l'intérêt du multicanal : de la stratégie aux outils, de la « Big Idea » au déploiement, de l'économie à la mesure du ROI, du choix des canaux, à l'organisation des médias… sans oublier le public, et le donateur !

TOUS NIVEAUX
15

HORIZONS

Les meilleures campagnes Non Profit de la Planète

session doublée

Frédéric Fournier (Optimus)
Sur le modèle de la présentation de l'année dernière, un panorama subjectif, et le plus stimulant possible, des campagnes les plus impactantes en communication, marketing direct, événementiel sur le caritatif à travers le monde.



LEGS

« Injectez » des bonnes pratiques dans votre collecte de legs

Perrine Daubas (France Générosités) et **Catherine Vialle** (Ernst and Young) passeront en revue tous les points sensibles dans le cadre d'une collecte de legs : de la relation avec le testateur potentiel, à la vente des biens immobiliers en passant par les inventaires. Cette session vous permettra d'acquérir les réflexes nécessaires à la rédaction de vos chartes et procédures internes, et de bénéficier des fruits d'un travail d'un an synthétisant l'expérience d'une quarantaine de grandes associations et fondations membres de France générosités.



FONDS DE DOTATION

Fonds de dotation : retours d'expérience

David Blough (Groupe SOS) et **Stéphane Couchoux** (Aklea)
D'un fonds « pour la forme » à l'outil idéal pour la nouvelle philanthropie, découvrez le regard d'un avocat spécialisé en mécénat et fondations, complété d'exemples concrets et de témoignages sur le développement des fonds de dotation « à la française ». La simplicité de création et la souplesse de fonctionnement du fonds de dotation bousculent le paysage des fondations et du fundraising, et permettent de faire émerger des pratiques philanthropiques innovantes. Le fonds de dotation obéit néanmoins à des règles juridiques et fiscales spécifiques que doivent maîtriser les fundraisers et qui dessinent le profil type du fonds de dotation « à la française ».



DÉBUTANT / INTERMÉDIAIRE

FONDAMENTAUX

Fundraising - le début du voyage

Jon Duschinsky (bethechange)
Vous démarrez en fundraising ? Vous êtes le premier « vrai » fundraiser de votre organisation, chargé de ramener des fonds mais démuni de moyens ? Vous souhaitez vous (re)plonger dans les fondamentaux du fundraising pour être sûr que vous avez bien couvert toutes les bases ? Alors cette session est pour vous ! Jon sera votre guide pour un voyage interactif et didactique au cœur du fundraising. Des concepts, de la théorie mais aussi une bonne dose de pratique avec des études de cas - des réussites et des échecs ! Vous apprendrez comment bâtir une stratégie qui réussira, même avec des moyens modestes, et vous ressortirez avec l'énergie et la motivation pour la mettre en œuvre !



TOUS NIVEAUX



MARKETING DIRECT

Le face to face : avant-garde des techniques à l'international

Daryl Upsall (Daryl Upsall Consulting International)
L'avancée majeure de ces dix dernières années en matière de recrutement de nouveaux donateurs réguliers à travers le monde est le face to face fundraising. Aujourd'hui utilisé dans plus de 25 régions en Europe, sur le continent Américain, en Asie et en Australie, il a permis aux ONG locales et internationales ainsi

qu'à l'Organisation Mondiale des Nations Unies de lancer d'importantes collectes sur des marchés tels que l'Inde, la Chine, la Thaïlande et la Corée du Sud, tandis que les outils « traditionnels » tels que les envois de courriers rencontraient des difficultés pour y parvenir. Cet atelier se propose de vous emmener dans une expérience « décoiffante », à la découverte de cet outil d'avant-garde. Il vous montrera également comment il peut être intégré avec succès dans une stratégie multicanal, incluant le téléphone et les nouveaux médias, qui constituent le nouveau challenge du face to face fundraising.



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

session en anglais

session doublée

LEGS

Repenser les legs au XXIe siècle : une approche pratique et concrète pour collecter plus !

Michael Johnston (Hewitt & Johnston Consultants)
La France possède le plus fort potentiel de legs du monde occidental. Or, le fundraising des legs est encore peu réactif et peu développé. Cette présentation excitante vous expliquera comment des acteurs du secteur non-marchand (associations sanitaires, hôpitaux et universités) en Amérique du Nord, en France et partout dans le monde testent et analysent la manière dont les nouvelles technologies (online) et la « high touch » (combinaison innovante en matière de réponse directe) peuvent fonctionner ensemble pour rendre les stratégies de legs plus efficaces.

21 TOUS NIVEAUX

MARKETING DIRECT

ISF : loi dite Tepa d'août 2007

Fabien Scemama et **Antoine Vaccaro** (Faircom)
En 2008, malgré une publication tardive des décrets d'application et un certain flou quant à l'éligibilité des organismes bénéficiaires, plus de 50 millions d'€ ont été versés, représentant 10 % de l'ensemble des réductions liées à cette loi. 90 % allant aux PME. En 2009, ce montant est passé à 65 millions d'€ soit près de 30 % de hausse (même répartition par rapport aux versements vers les entreprises). Est-ce la conséquence d'une meilleure information, de plus de sollicitations, de l'utilisation du marketing direct ? Cette relation de cause à effet stimule les acteurs du secteur qui y voient une réserve croissante de générosité. Mais quel recul a-t-on sur cette sollicitation extraordinaire ? Est-ce un temps de collecte exceptionnel ou simplement une offre marketing qui se substitue à une autre ? Est-ce un déplacement des dons de l'IRPP vers l'ISF ? Cette session sera l'occasion de rappeler les enjeux de ce type de sollicitation, les formes possibles ? Et aussi échanger sur les résultats de chacun.



TOUS NIVEAUX

PLAIDOYER ET COLLECTE

Comment lier plaidoyer et collecte

Adrien Chaboche (La Cimade), **Pierre Laurent** (CCFD) et **Charlotte Soulary** (Oxfam France)
Le plaidoyer est-il une contrainte pour communiquer ? Les sujets politiques sont-ils des obstacles à la collecte ? Certains les cachent, d'autres les édulcorent, d'autres enfin n'ont pas le choix car c'est leur unique objet social. L'art d'être soi, différenciant, est probablement l'art de fidéliser la générosité et ses donateurs. Au travers de trois présentations de Oxfam France, du CCFD-Terre Solidaire et de la Cimade, nous verrons comment susciter l'adhésion des donateurs en leur parlant de plaidoyer, sans forcément passer par le ressort de l'émotion.



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

MIDDLE DONORS

Et si vous passiez de l'ISF à une véritable stratégie « middle gifts » ?

session doublée

Gaël Colin et **Marie Eve Lhuillier** (\EXCEL)
Si « l'ISF » est devenu une opportunité indéniable pour de nombreuses organisations, elle ne doit pas se limiter à une sollicitation ponctuelle ! Elle ouvre au contraire des perspectives nouvelles de sollicitation haut de gamme vers des donateurs à fort potentiel de contribution. Au cours de cette session, nous ferons un retour d'expériences sur les campagnes ISF les plus efficaces. Et surtout, nous vous donnerons des clés pour construire une véritable stratégie « middle gifts » et démarrer une nouvelle forme de relation qualitative et durable auprès de vos donateurs au potentiel sous exploité !



DÉBUTANT / INTERMÉDIAIRE

BDD

Au cœur de la relation donateur : votre base de données

David Alonso (EuroAmerican) et **Béatrice Du Retail** (Perce Neige)
Comment améliorer la relation entre votre association et vos donateurs ? Comment s'adapter à leurs attentes sans les agresser ou les perdre ? Comment leur permettre de devenir de meilleur donateur ? S'il n'y a pas de réponse toute faite à ces questions, il y a un dénominateur commun à toute réponse : votre base de données de donateurs. Bien plus qu'un fichier, elle est le cœur de votre dispositif relationnel. Elle vous donne les leviers pour piloter votre collecte et développer la valeur de vos donateurs. Cet atelier pratique, construit autour d'exemples concrets, vous permettra de mieux appréhender les multiples usages de la base de données, quelque soit la taille de l'association.





TOUS NIVEAUX

MARKETING DIRECT

Le téléphone comme outil de fidélisation et de renforcement de votre dispositif global de collecte, un an après…

Alain Pierre (Chaîne de l'espoir) et **Amandine Ponssard** (Qualicontact)
En ces temps difficiles et à l'heure où il devient de plus en plus coûteux d'acquérir de nouveaux donateurs quoi de plus important que de bien fidéliser vos donateurs ? La relation donateur est un élément clé de toute bonne stratégie de fidélisation, et le téléphone est dans ce contexte un outil incontournable. Si vous avez raté l'atelier de 2009 et/ou si vous souhaitez connaître l'évolution du dispositif un an après, Alain Pierre de La Chaîne de l'Espoir vous fera part de l'expérience d'une association qui sait optimiser cet outil. Amandine Ponssard vous montrera que le téléphone peut être adapté à tous les segments d'une BDD sans grosses prises de risque, et qu'il peut être utilisé de façon récurrente.



TOUS NIVEAUX

PRODUITS PARTAGES

Produits partages : l'expérience de l'Unicef

Laure Duault (Unicef)
A l'heure où la RSE (Responsabilité sociale de l'entreprise) devient stratégique pour les entreprises, les opérations de produits partage se multiplient. S'inscrivant dans une démarche gagnant-gagnant, elles permettent à la fois à l'association de développer sa collecte de fonds et l'entreprise d'asseoir sa démarche de marketing responsable et apporter de nouvelles valeurs à ses marques.



TOUS NIVEAUX

COMMUNICATION

Bonne nouvelle, une crise de communication !

Agnès Lamoureux (Fondation de France) et **Laurent Terrisse** (Agence Limite)
Comment transformer une crise de communication en succès ? A partir de quelques outils théoriques et de beaucoup de cas pratiques, découvrez les règles de bases pour anticiper et (bien) réagir aux crises qui peuvent, à tout moment, toucher votre structure. Crise interne, crise de contrôle, crise sanitaire : à partir d'exemples du monde marchand et non marchand, apprenez que n'importe quelle crise peut se transformer en opportunité.



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

GOUVERNANCE

Bien travailler avec son conseil d'administration

Lucie Rémillard (United Way Tocqueville France)
Les dirigeants associatifs et les fundraisers que vous êtes doivent composer avec leur conseil d'administration qui peut être votre principale force ou votre plus grande faiblesse. Comment animer, mettre à contribution son conseil d'administration voire influencer sa composition ? Sur quelle base développer un partenariat productif entre les dirigeants salariés et bénévoles ? Où doit-on tracer la ligne entre les uns et les autres afin que chacun puisse bien jouer son rôle efficacement ? Durant cette session interactive, nous discuterons des enjeux et des stratégies pour bien travailler avec son conseil d'administration afin de mieux servir nos associations et de mieux collecter.



TOUS NIVEAUX

WEB

Mobiliser et collecter sur les réseaux sociaux

Alexandre Ayad (IZI-collecte) et **Lucie Halpérin-Stefani** (Facebook)
De la théorie à la pratique, découvrez comment bien mobiliser et même collecter (!) grâce aux réseaux sociaux. Après une présentation des différents réseaux sociaux et leurs audiences en France, et l'état des lieux de la présence des associations sur ce média (France vs USA et UK), Alexandre Ayad et Lucie Halpérin-Stéfani vous proposeront ensuite de véritables outils pour une utilisation optimale de vos réseaux sociaux. Comment mettre Facebook au cœur de votre dispositif de mobilisation et de collecte ? Quid des pages Fan, des pages de communauté et comment les intégrer à votre stratégie de fundraising ? Emaillé d'exemples concrets, cet atelier vous donnera les clés du SMO (Social Media Optimization) et vous indiquera comment utiliser la publicité sociale au service de votre collecte.



TOUS NIVEAUX

COMMUNICATION

Force de l'identité - Empreinte de la marque

Odile Ambry (Tocsin) et **Anne Battestini** (sémiologue)
Dans un environnement en apparence saturé, chacun a sa couleur à défendre. Longtemps pré carré de la communication corporate, la notion de marque est en train de prendre ses quartiers dans l'univers associatif ; il n'y a plus de dilemme entre marketing d'une part, et éthique d'autre part. Une organisation doit avoir une marque, qui constitue un signe distinctif et la représente en termes de valeur ; c'est son empreinte durable auprès de son public. Sa marque est aussi le socle fédérateur de sa communauté et garante de son dynamisme auprès du grand public. Réveiller ou révéler la marque, construire une stratégie pour la pérenniser et la mettre en valeur, c'est le défi de la prochaine décennie au regard, notamment, des nouveaux modes de communication.



TOUS NIVEAUX

EVÉNEMENTIEL

L'événementiel et le fundraising - « Je t'aime, moi non plus » - Les facteurs clés de succès

Olivier Fleckinger (aiderdonner) et **Simon Romain** (Oxfam France)
Au-delà du simple don les donateurs sont aujourd'hui à la recherche d'une « Life changing experience ». Cette tendance est très forte chez les personnes de la Génération Y (nées entre 75 et 90) qui cherchent à mettre du sens dans toutes leurs activités : réseaux sociaux, vie professionnelle, sport, voyage etc… Pour répondre à cette nouvelle donne, l'événementiel

fait partie des outils clés à intégrer dans votre stratégie de mobilisation et fidélisation. En France, les associations restent timides et considèrent parfois que les résultats ne sont pas à la hauteur de leurs espérances : chronophage, peu rentable… Les Anglais sont-ils vraiment meilleurs que nous ? Pourquoi ? Quels sont les facteurs clés de succès de l'évènementiel ? Illustrés par des cas concrets et internationaux (Angleterre, USA, Belgique, Hollande, Allemagne) représentant une palette large d'événements (sportifs et non sportifs), vous comprendrez les recettes d'événements à succès : objectifs identifiés, approche stratégique, cible clairement identifiée, proposer un véritable voyage… et bien sûr vous doter des moyens en phase avec vos ambitions !

32 DÉBUTANT / INTERMÉDIAIRE

FIDÉLISATION

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le journal des donateurs !

Alexis Vandevivère (Adfinitas)
Comment créer et développer un journal des donateurs efficace ? Comment articuler les rubriques pour informer et collecter des fonds tout en respectant les règles de la commission paritaire ? À qui faut-il l'envoyer ? Bref, une session qui va vous faire découvrir - ou redécouvrir - en toute simplicité un sujet qui s'avère souvent bien compliqué… et pourtant incontournable, pilier de toute stratégie de fidélisation !





PARTENARIATS ENTREPRISES

Comment renforcer le lien partenarial et élargir les perspectives avec ses mécènes ?

Thomas Boisserie et **Claire Memier** (Aide et Action)
Il y a une vie après le reporting projet ! De plus en plus d'associations structurent et organisent leur offre et leurs contreparties afin de sortir des sentiers battus, de pérenniser leur relation avec le partenaire, d'augmenter le niveau de don… En bref, de renforcer leur lien partenarial avec ses mécènes, entreprises comme fondations. D'un autre coté les entreprises et fondations font face à de nouvelles problématiques et ont de nouvelles attentes, auxquelles peuvent répondre les acteurs du monde associatif. Il devient essentiel d'employer de nouveaux moyens afin de sortir son épingle du jeu en proposant des offres partenariales à la fois clé-en-main et originales. Autour de cas concrets, réussis ou non, et de résultats d'études auprès d'entreprises et fondations, cette session apportera des éléments de réponse créatifs qui vous permettront de donner de l'ampleur à vos partenariats… et ainsi de sortir du lot !





DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Manager coach ou « le développement durable des collaborateurs

Gilles Perreten (Accompagnement de managers)
Comment permettre à tout manager d'accompagner et d'aider ses collaborateurs à traiter et résoudre des problématiques opérationnelles ? Avec cette session, découvrez le coach qui sommeille en vous et apprenez comment conduire vos collaborateurs à identifier et mettre en œuvre par eux-mêmes les actions permettant d'atteindre vos objectifs communs. Cette démarche rend vos collaborateurs acteurs et responsables, réduit les tensions et favorise le dialogue avec la hiérarchie. Elle est un élément clé de la gestion et de la prévention du stress dans l'entreprise par la détection anticipée de mal-être » potentiels. Alors, à vos marques, prêts… coachez !

35 INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

PHILANTROPIE

table ronde

A la rencontre des nouveaux philanthropes

animée par **Jean-Marie Destrée** (Fondation Caritas France), avec **Valérie Aubier Le Corre** (UBS), **Xavier Delattre** (Fondation d'Auteuil), **Christophe-Charles Rousselot** (Fondation Notre Dame) et **Virginie Seghers** (Alma Viva conseil)
Quelle place donner à la philanthropie dans la gestion de son patrimoine ? À qui donner et comment ? L'articulation entre patrimoine et don est parfois complexe. Avec l'émergence de nouveaux philanthropes, les fundraisers sont confrontés à de nouvelles problématiques : quelles sont les attentes de ces nouveaux philanthropes ? Comment répondre à leurs besoins ? Quelles nouvelles formes d'implication leur proposer ? Venez échanger avec des professionnels (gestionnaire de patrimoine, spécialiste de la nouvelle philanthropie et fundraisers) pour savoir comment aller à la rencontre de ces nouveaux philanthropes, avec les meilleurs outils… et les meilleurs résultats !




WEB

table ronde

Internet, l'arme secrète de la collecte ?

Frédéric Bardeau (Agence Limite), **Jérôme Mollier** (Directinet), **Magalie Petit** (WDM France) et **Anne-Marie Schmit** (Greenpeace)
Gestion de la collecte de fonds des organisations françaises via leur site internet, exploitation des réseaux sociaux, prospection par mail auprès des futurs donateurs… Qu'attendre de ce canal ? Un thème auquel les intervenants apporteront quelques réponses. Les résultats présentés sont les fruits d'une enquête menée auprès des principaux collecteurs de fonds français ainsi que les chiffres-clés du Baromètre de la Générosité. Pour illustrer les enjeux d'internet, l'association Greenpeace interviendra et partagera les résultats d'une étude sur ses donateurs « web ». Chiffres à l'appui, des réussites de collectes sur internet seront présentées en expliquant les facteurs clés de succès et les bonnes pratiques.

37 INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

COMMUNICATION



Faut-il transgresser les codes classiques du discours associatif pour être efficace ?

Eric Dutertre (\Excel), **Antoine L'Huillier** (DDB), **Antoine Martel** (Adfinitas) et **Laurent Terrisse** (Agence Limite)
Dans un univers de communication et de marketing devenu très concurrentiel, les marques et les communications associatives peinent parfois à émerger. Depuis plusieurs décennies, des conventions de communication et de fundraising dictent une loi d'efficacité jugée parfois trop dogmatique. En adoptant tous un même discours, certes efficient dans le très court terme... personne n'émerge. Peut-on alors s'essayer à la rupture ? Doit-on comme dans l'univers marchand, transgresser les règles pour être efficace ? Les intervenants viendront débattre du sujet sous l'éclairage de récents cas disruptifs en affichage, film, web, marketing. Une occasion de s'interroger tous ensemble sur la question essentielle de notre dialectique !



INTERMÉDIAIRE / AVANCÉ

MARKETING DIRECT



Leadership et innovation dans le télémarketing - une perspective internationale

Darryl Upsall (Daryl Upsall Consulting International)
Cet atelier, prenant appui sur plus de vingt ans d'expérience de fundraising via le téléphone dans plus de quarante pays (des pionniers du genre aux leaders internationaux) se propose de vous convaincre, à travers de nombreuses études de cas et de quelques notions théoriques majeures, de la nécessité d'intégrer pleinement le téléphone dans vos programmes de fundraising. L'intégralité des aspects du fundraising par téléphone seront évoqués ainsi que toutes les formes de communications vocales, des VOIP aux téléphones portables, en passant par le fundraising via Twitter et les SMS.

Plénière **Mercredi 23 juin à 17h15**



URGENCE

Haïti : quels enseignements ?

animée par **Véronique de Geoffroy** (Groupe URD)
avec **Martine Borgomano** (consultante), **Valérie Daher** (Action contre la faim), **Franck Hourdeau** (Mediaprism Group) et **Patrice Simonnet** (Action Aid Italie)
Le tremblement de terre en Haïti a généré moins de dons que le Tsunami de 2004. Mais la collecte inaugurale de l'année 2010 restera néanmoins dans les mémoires... Révélant au grand jour les relations complexes entre associations et médias, ainsi qu'une concurrence effrénée entre les grandes ONG, la collecte haïtienne a aussi démontré les capacités du secteur à s'adapter aux évolutions de la générosité : une prudence accrue sur l'affectation des dons, et une exploitation réussie des nouvelles technologies sont à mettre au crédit de cette mobilisation en demi-teinte. Une table ronde pour s'interroger sur les enseignements d'Haïti.

La plénière de clôture

Jeudi 24 juin à 17h30

Nous avons cette année souhaité donner la parole aux donateurs pour clore ces trois jours de séminaire, car nous, professionnels, oublions encore trop souvent de voir au-delà de nos bases de données, pour mieux écouter et entendre nos donateurs. **Dominique Dumand** est Présidente du Comité des Donateurs de Médecins du Monde. Elle partagera avec nous son expérience de donatrice impliquée, sa perception de l'évolution du secteur et ses attentes vis-à-vis de nous, fundraisers.

Séminaire OFF

Le Prix de l'Innovation en Fundraising

Pour encourager la recherche-développement et les initiatives innovantes dans le secteur du fundraising, l'AFF et l'agence Faircom proposent le 5e Prix de l'Innovation en Fundraising. Il récompense les expériences les plus innovantes des organisations d'intérêt général et des agences spécialisées dans 4 catégories : opération de mailing / campagne internet / dispositif multi-canal / partenariat entreprise. Quant aux participants du 9e Séminaire : ils désigneront leur Prix du Public !
Tous les prix seront remis lors de la soirée de clôture du séminaire, le 24 juin à partir de 19h30 au restaurant Le Quai : venez nombreux !

Les Speedfundating

speed fundating

Les Speedfundating reviennent en force en 2010 !
Par petits groupes de quatre personnes et pendant 90 mn, venez avec vos questions pour consulter nos experts - en têtes à têtes - sur les grandes thématiques du fundraising.

23 juin : 13h15/15h15
- **GRANDS DONATEURS** **Gaël Colin** (\EXCEL)

15h15/16h45
- **WEB** **Frédéric Bardeau** (Limite)

24 juin : 12h30/14h
- **WEB** **Claude Pouvreau** (Optimus)
- **PETITES ASSOCIATIONS** **Philippe Doazan** (Duniya)
- **COMMUNICATION ÉCRITE** **Christophe Herlédan** (Mint)
- **WEB** **Matthieu Dijoux** (\EXCEL)
- **LEGS** **Alexis Vandevivère** (Adfinitas)

Mode de fonctionnement :
- Sur inscription préalable seulement par mail : audrey@fundraisers.fr
- Limité à 4 personnes par créneaux de 90 min
- En début de consultation l'expert prendra les questions des 4 participants
- Un échange riche et constructif en petit groupe

les intervenants

David Alonso
EuroAmerican





Directeur d'EuroAmerican Paris, David Alonso améliore les ressources des associations en optimisant par tous les moyens leur collecte. Depuis 1993, tant en agence qu'au sein de l'organisation internationale UNICEF, il défend une vision du fundraising respectueuse à la fois des capacités de chaque donateur et de la mission des organisations.

Odile Ambry
Agence Tocsin





Odile Ambry est directrice de l'agence Tocsin depuis 2000, après 15 ans d'animation d'émissions sur les antennes de Radio-France et de RFI. Elle développe un accompagnement conseil et des formations à destination du monde associatif, notamment les nouveaux modes de communication 2.0. Vice-présidente puis présidente de l'Isoc France (Internet Society) depuis 2001, Odile participe à de nombreux événements et colloques sur les enjeux de la gouvernance d'Internet ; elle est experte auprès de la Commission européenne sur le programme Safer Internet. Enfin, en décembre 2003, elle a créé et dirige la lettre mensuelle Sociétés de l'information. Elle intervient régulièrement auprès de l'Université France Télévisions comme formatrice spécialisée sur le décryptage de l'information.

Céline Amet
Institut du cerveau et de la moelle épinière





Après une formation d'école de commerce, Céline a effectué les huit premières années de sa carrière dans le secteur marchand, en communication et marketing en agence de publicité, dans la grande distribution puis le e-procurement. C'est en souhaitant « donner un sens » à son métier qu'elle découvre les professionnels du secteur sans but lucratif et décide de se tourner vers le fundraising. Chez Amnesty International puis Philanthrôpia, elle se spécialise dans la mobilisation des grands mécènes et les partenariats entreprises et est aujourd'hui directrice de la campagne majeure en cours à l'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière.

Jérôme Auriac
Be-linked







Après sept années passées dans le secteur de l'édition, Jérôme Auriac intègre en 2000 la Caisse des Dépôts et Consignations pour participer à la création de Novethic, le centre de ressources sur la Responsabilité Sociale des Entreprises et l'ISR. Il est ensuite directeur associé de Manifeste, l'agence de la communication responsable. Pendant cette période, Jérôme a co-fondé et animé le site Internet www.wwo.fr, première base de données française en ligne sur les relations ONG/entreprises. Depuis mai 2008, il a créé et dirige Be-linked business & Community Intelligence, cabinet de conseil en stratégie spécialiste de la relation ONG/entreprise. Il accompagne aujourd'hui sur cette thématique des entreprises, ONG, entrepreneurs sociaux et institutions en France et à l'international.

Alexandre Ayad
IZI-collecte





Alexandre Ayad est président-fondateur d'IZI-collecte. Il était précédemment directeur marketing de Criteo, spécialiste du ciblage publicitaire sur Internet, ainsi que directeur conseil associé au sein de la société TechnoMarketing où il a mené de nombreuses campagnes de marketing direct web et papier, en B to B et pour le secteur associatif. Alexandre avait également travaillé au marketing chez Yahoo ! et Adobe. Diplômé en statistiques de l'Université Paris 5, en marketing de l'ESC Lille et de l'Ipag, et un ancien du Certificat Français du Fundraising. Il est également membre de l'Association Française des Fundraisers (AFF).

Frédéric Bardeau
Agence limite











Frédéric Bardeau est connecté depuis 1995 et travaille dans le domaine de la communication corporate depuis dix ans : Hintzy Heymann, DDB&Co, Publicis Consultants Net Intelligenz, Weber Shandwick France. En 2003, il a créé Trilogicom qui est un Collectif de freelances et réseaux de valeur ajoutée, qui intervient au service des agences conseil et des annonceurs publics, privés et non-marchands. En 2008, il co-fonde avec Laurent Terrisse l'Agence LIMITE, pur-player entièrement dédié à la Communication responsable dont il est le Directeur général et l'associé en charge des problématiques Internet. Frédéric donne également des cours au CELSA et à l'Ecole des Mines d'Alès en e-marketing. Il est membre de l'AFF, de l'ISOC, de l'EFF et de la Web Foundation.

Anne Battestini
Sémiologue



Anne Battestini, docteur en sciences du langage, a passé 15 ans dans plusieurs instituts d'étude marketing français. Aujourd'hui, elle développe en partenariat avec l'agence Tocsin, une offre spécifique d'études et de conseil (Iconics) où elle décrypte et valorise la structure de marque.

Catherine Bienvenu
Les petits frères des Pauvres



Après dix ans de Notariat, Catherine Bienvenu a rejoint les petits frères des Pauvres en 2000, dont elle est le responsable des Donations et Legs. Parallèlement, elle est coresponsable du Master 2 de Gestion de Patrimoine de l'IAE de l'Université Paris Est Créteil (Paris 12) où elle enseigne le droit de la famille.



Pierre a fondé Maxyma, agence indépendante dédiée aux causes et projets d'intérêt général des associations, fondations, entreprises et institutions. Il anime une équipe pluridisciplinaire de 25 consultants et collaborateurs experts en communication de marque et marketing de collecte, pour offrir une solution souple, innovante et économe aux acteurs de l'intérêt général. Il enseigne sa passion professionnelle successivement à la Sorbonne et à l'ESSCA. Il est membre du Conseil scientifique de l'Adema.



Pierre Bocquiny
Maxyma





Vincent Bodin est directeur du pôle marketing et ressources au sein de l'agence Maxyma. Après 4 ans d'expérience en marketing de grande consommation, il s'est engagé dans des associations sur le terrain et au siège, notamment en prenant la responsabilité des événements et des partenariats de Sidaction. Spécialiste des opérations de mobilisation et de collecte, il a rejoint Maxyma il y a trois ans.

Vincent Bodin
Maxyma





Après avoir fait ses classes sur des campagnes de collecte de fonds dans le milieu culturel en Australie pour le French Film Festival, puis en Argentine, ce diplômé d'école de commerce décide de s'engager dans le secteur de la solidarité internationale et de l'éducation. De retour à Paris depuis 2007, Thomas partage avec Claire Mémier la responsabilité du développement des partenariats entreprises et fondations de l'association Aide et Action en Europe.

Thomas Boisserie
Aide et Action

33



Diplômée d'HECJF, Martine Borgomano a travaillé pendant dix ans dans l'édition, en marketing international, avant de se consacrer depuis plus de quinze ans à la recherche de fonds sous toutes ses formes, dans les domaines de l'aide à l'enfance, de l'Eglise catholique et de la recherche médicale. Elle a notamment initié il y a cinq ans une opération de mécénat privé de grande envergure pour la rénovation du Collège des Bernardins à Paris.

Martine Borgomano
Consultante

table ronde



En 1995, DESS de science politique en poche, Géraldine arrive chez Solidarité Sida, parmi les tout premiers salariés, pour développer les ressources. A partir de 1997, elle travaille en agence de Marketing Services où, au fil des expériences, elle développe des mécaniques (fidélisation, recrutement, rétention...) et des outils de marketing relationnel pour différentes marques du secteur marchand, de Renault à Gaz de France. En 2003, elle crée MINT avec l'envie de renouer avec un secteur qui « lui parle ! » : le non marchand.

Géraldine Bralé
Mint

master 4



Daniel Bruneau a fait l'essentiel de sa carrière dans le monde associatif culturel et social. Il a commencé comme délégué, puis délégué général de Rempart, puis a rejoint le secteur social en intégrant l'Association des Paralysés de France comme directeur du développement des ressources en 1988. Depuis 2005, il est directeur de la recherche de fonds et de la communication de l'Association Les petits frères des Pauvres et de la fondation éponyme. Il a été co-fondateur du Club des fundraisers, du Comité de la charte du don en confiance (dont il a été directeur de 2000 à 2005), également fondateur et président de l'UNOGEP (devenue France Générosités) de 1998 à 2003. Dans ces fonctions notamment, il a joué un rôle important dans l'élaboration des textes relatifs au financement, à la transparence financière, au droit et à la fiscalité des organismes non lucratifs.

Daniel Bruneau
Les petits frères des Pauvres





Après des études de droit et un engagement de longue date dans des associations d'éducation populaire, Adrien Chaboche est entré en 2004 à Terre des Hommes France en tant que Responsable administratif et financier. C'est à ce poste qu'il découvre la problématique de la collecte de fonds. En 2006, il rejoint La Cimade dont il intègre l'équipe de direction et assure la création d'un service commun « communication et développement des ressources ».

Adrien Chaboche
La Cimade





Gaël a démarré sa carrière dans la publicité, chez Ogilvy & Mather. Il rejoint ensuite le groupe EVEREST pour accompagner plus largement les entreprises dans leurs problématiques de marketing relationnel. En 2007, il rejoint TBWA\Non Profit et met son expertise du marketing one-to-one au service des organismes à but non lucratif pour le montage stratégique de campagnes grands donateurs, notamment pour l'INSA de Lyon, l'Institut Pasteur ou encore la Fondation de l'Hôpital FOCH. Il a rejoint l'équipe \Excel en 2009 afin de conseiller les associations dans leurs stratégies de collecte grands donateurs.

Gaël Colin
\Excel







Journaliste diplômé de l'IEP Paris, Jean-Marie Colombani fait ses débuts à l'ORTF avant d'entrer comme rédacteur au service politique du journal *Le Monde* dont il devient, en 1990, rédacteur en chef, puis directeur, avant d'en être le président. Parallèlement, il continue à animer des émissions radio. Il quitte *Le Monde* en 2007 et fonde la société JMCmédia. En février 2009, il crée le site d'information slate.fr et co-fonde avec Angela de Santiago le média youphil.com, qui décrypte la solidarité sous toutes ses formes. Il poursuit également sa collaboration au magazine *Challenges*, ses émissions « La rumeur du monde » sur France Culture et « Faces à Faces » sur Public Sénat.

Jean-Marie Colombani
Youphil / slate.fr



Stéphane Couchoux
Aklea



Stéphane Couchoux est avocat associé et co-fondateur en 2009 d'Aklea, société d'avocats de plus de 100 personnes réparties sur trois bureaux en France et 1 bureau à Shanghai. Il est responsable et anime l'équipe de la ligne de services « Mécénat, Fondation & Association » d'Aklea. En particulier, Stéphane Couchoux conseille et accompagne des porteurs de projets, qu'il s'agissent de particuliers ou de personnes morales de droit privé (dont les entreprises et Organismes Sans But Lucratif clients d'Aklea) ou de droit public (collectivités territoriales, établissements d'enseignement supérieur et de recherche,...).

Valérie Daher
Action contre la faim



Diplômée de l'IEP Paris et de l'Université Paris Dauphine, Valérie Daher débute sa carrière comme consultante en stratégie et organisation. En 2002, elle devient responsable du service partenariats entreprises au Secours Populaire Français puis à Action contre la faim. Elle est, depuis 2007, directrice de la communication et du développement d'Action contre la faim.





Perrine Daubas
France Générosités



Perrine Daubas est responsable des affaires juridiques et fiscales de France générosités. Elle a fait ses premières armes dans une organisation intergouvernementale, UNIDROIT, à Rome. Après quelques années passées à l'étranger, elle a rejoint France générosités où elle coordonne notamment les activités de lobbying du syndicat. Elle a été désignée personnalité qualifiée à l'AFF en 2010. Elle est coauteur de *Collecte de fonds et philanthropie, droit et fiscalité* paru en 2009 aux éditions Juris associations (Dalloz).

Xavier Delattre
Fondation d'Auteuil





Après avoir fait l'Institut européen des ventes et relations commerciales, Xavier Delattre a été Directeur des opérations puis Directeur des programmes au sein du Groupe ECS de 1984 à 1995. Il a ensuite travaillé chez Lectra Systèmes en 1996 pour être Directeur de la Formation puis Directeur des Services Europe du Sud jusqu'en 2002. Il a rejoint la Fondation d'Auteuil cette même année pour être Directeur du Siège et est aujourd'hui Directeur Relations Bienfaiteurs et Collecte de Fonds.



Audrey Deriau
/Qualicontact



Titulaire d'un master en management de l'innovation qui lui a permis d'acquérir une double compétence en marketing et biotechnologies, Audrey est responsable de clientèle au sein de \QUALICONTACT. Depuis 2007, elle développe la stratégie d'appels des associations avec lesquelles elle travaille, met en place et suit chaque campagne d'appels.



Jean-Marie Destrée
Fondation Caritas France








Jean-Marie Destrée a fait tout son parcours professionnel dans le monde associatif. Pendant plus de dix ans, il a parcouru le monde pour suivre des programmes liés notamment aux urgences internationales (Rwanda, Bosnie...). Depuis janvier 2010, il est directeur général de la Fondation Caritas après avoir été directeur du développement des ressources du Secours Catholique. Jean-Marie enseigne également le Management associatif dans le Mastère solidarité internationale de l'ICP et intervient dans le cadre du Certificat Français du Fundraising.



Matthieu Dijoux
\EXCEL



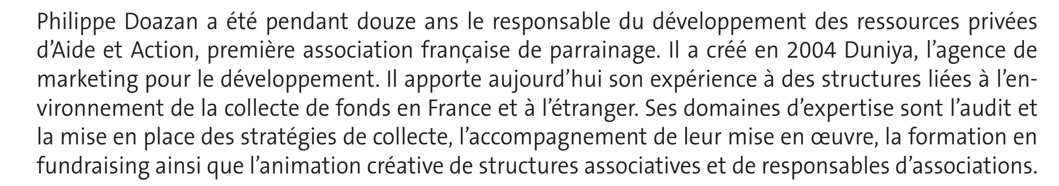


Après plusieurs années dans le conseil en communication non-profit, Matthieu rejoint en 2008 l'agence \EXCEL comme planneur stratégique digital. Il y accompagne les acteurs du secteur non-marchand dans leurs stratégies de fundraising on-line et multicanal. Matthieu intervient régulièrement dans les séminaires de collecte de fonds et les groupes de travail sur le marketing digital et le non-profit (Cercle des e-fundraisers, Citizenship 2.0 / Cap Digital...). Matthieu est également animateur de l'Auberge de la Solidarité, communauté professionnelle regroupant plus de 3000 responsables associatifs.



Philippe Doazan
Duniya





Philippe Doazan a été pendant douze ans le responsable du développement des ressources privées d'Aide et Action, première association française de parrainage. Il a créé en 2004 Duniya, l'agence de marketing pour le développement. Il apporte aujourd'hui son expérience à des structures liées à l'environnement de la collecte de fonds en France et à l'étranger. Ses domaines d'expertise sont l'audit et la mise en place des stratégies de collecte, l'accompagnement de leur mise en œuvre, la formation en fundraising ainsi que l'animation créative de structures associatives et de responsables d'associations.



Laure Duault
Unicef



Laure Duault est responsable du pôle partenariats entreprises de l'Unicef France depuis fin 2007. Elle a rejoint l'Unicef en 2006 après une expérience de terrain dans une ONG aux Philippines. Elle a auparavant travaillé 6 ans dans le conseil dans le domaine de la finance d'entreprise. Laure est diplômée de l'ESSEC.





Après une école de commerce, Benoit a travaillé un an et demi chez les petits frères des Pauvres, d'abord au service communication sur le terrain pour assurer le lien avec les personnes âgées et les bénévoles. C'est à AIDES qu'il a découvert la collecte de fonds. Après avoir assuré les relations avec les donateurs et la gestion de bases de données, il a participé au développement de la collecte de rue et à l'accompagnement des ces nouveaux donateurs. Près de neuf ans plus tard, il rejoint Médecins du Monde comme responsable de la collecte de fonds.

Benoit Duchier
Médecins du Monde



Dominique Dumand est Présidente du Comité des donateurs de Médecins du Monde depuis 2007.

Dominique Dumand
Comité des donateurs de Médecins du Monde





Membre fondateur de l'agence fundraising Cascaid outre-manche, Jon a travaillé avec de nombreuses organisations non-marchandes en Angleterre avant de venir goûter à la vie à la française. Fundraiser dans l'âme, il croit au partage d'idées et à l'échange entre acteurs de la mobilisation. Ainsi il est fier d'avoir participé au développement de l'Association Française des Fundraisers, en tant que Président puis Directeur. Membre actif d'European Fundraising Association, et auteur du nouveau livre *Philanthropy in a Flat World*, Jon est le fondateur du réseau international de consultants en fundraising bethechange. Enseignant au sein d'universités en France, au Canada et aux Etats-Unis, Jon est aussi un intervenant régulier à des conférences de fundraising dans le monde.

Jon Duschinsky
bethechange









Eric Dutertre est président de l'agence \EXCEL. Après un passage dans la finance à Londres il s'oriente vite vers l'intérêt général. Il a débuté sa carrière associatif dans la mobilisation de bénévoles à l'Association France-Terre d'Asile. Fundraiser depuis 20 ans, il est Co-fondateur du Club des Fundraisers (aujourd'hui l'AFF !) et du code d'éthique du fundraiser. Il dirige aujourd'hui une agence de 50 collaborateurs, ensemble ils ont mené plus de 1 500 campagnes : marketing direct, spots TV, affichage, internet, événementiel, legs, partenariats entreprises... Eric a une vocation : le marketing de l'Engagement !

Eric Dutertre
\Excel








Olivier Fleckinger est co-fondateur de aiderdonner.com. Avec plus de cent associations utilisatrices et plusieurs millions d'euros collectés en moins de deux ans, aiderdonner.com a permis de créer un nouveau canal de collecte de fonds en France. Le logiciel proposé par aiderdonner.com est notamment utilisé sur des événements comme le Oxfam Trailwalker, la Course des Héros, le Marathon de Paris, le Pandathlon... En pointe sur les techniques web de marketing viral, Olivier est un spécialiste de la collecte Peer to Peer. Il a préalablement travaillé chez Accenture et Roland Berger Strategy Consultant, où il a notamment accompagné des grands groupes (Michelin, SPIR Communication, Schibsted) dans leur développement sur Internet (lancement de sites de e-commerce, stratégie communautaire...).

Olivier Fleckinger
aiderdonner



Frédéric Fournier est le directeur général de l'agence Optimus, agence conseil spécialisée en collecte de fonds et communication de mobilisation®. Frédéric possède quinze ans d'expérience en fundraising dans le secteur de l'intérêt général et des grandes causes. Il a travaillé pour les principales organisations françaises du monde de la santé (IGR, Institut Curie, ARC, AFM Téléthon,...) et de nombreuses associations caritatives (Fondation de l'Armée du Salut, Fondation Raoul Follereau, Secours Catholique, Fondation 30 millions d'Amis ...). Expert du marketing direct et du marketing opérationnel appliqué à la collecte de fonds, il a développé une compétence spécifique en matière de combinaison de supports online et offline dans les opérations de mobilisation. Nommé ePMT (ePhilanthropy Master Trainer) par la ePhilanthropy Foundation, il est l'un des co-auteurs du livre *Internet Management for Nonprofits* sorti en 2010 aux éditions Wiley.

Frédéric Fournier
Optimus







Diplômé de l'ESSEC, Vincent démarre sa carrière en tant que formateur. Il occupe ensuite différents postes sur le terrain au sein d'ONG, intervient notamment en Roumanie, Croatie, Macédoine et Albanie. En 1997, il rejoint le Secours catholique Caritas France en tant que Délégué territorial, puis comme Responsable du département des Urgences Internationales. Depuis 2005, Vincent est responsable du Département Mécénat et Partenariats Entreprises et s'occupe de l'élaboration et de la mise en œuvre des stratégies de partenariats. Il gère plus particulièrement les relations avec les grands comptes.

Vincent Godebout
Secours Catholique

apnéa





Lucie Halpérin-Stefani est Directrice de clientèle de Facebook France.

Lucie Halpérin-Stefani
Facebook



Sophie Helle-Neyreneuf
Plan international



Diplômée d'un Magistère de Relations Internationales et Action à l'Etranger de l'Université Panthéon Sorbonne, Sophie Helle-Neyreneuf travaille dans le secteur humanitaire depuis une quinzaine d'années. Elle a également été formée par l'OMS/New York University. Son expertise, à l'origine axée sur la communication, la mobilisation sociale et le plaidoyer a évolué vers la relation donateur, le marketing relationnel et la communication pour l'éducation au développement des publics français. Elle a travaillé pour le Ministère des Affaires Etrangère au Kenya, au Togo et en France, et pour l'UNICEF au Togo et à New York avant de rejoindre Plan France en 2001, en tant que responsable du service relations parrains.



Christophe Herlédan
Mint





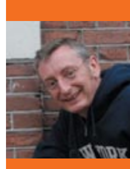
Tout jeune rédacteur, Christophe Herlédan tombe dans la marmite de la linguistique et des split-run. Il teste alors des « je » contre des « il », des « futurs » contre des« conditionnels » dans des tests de marketing direct pour les VPCistes. Il intègre l'agence Cosmic dont il devient directeur associé fin 90. Puis il quitte Cosmic et se consacre au piano... un an avant de réaliser qu'il n'est ni rentier... ni pianiste... En 2003, il crée alors l'agence Mint et reprend sa plume (ou plus exactement, son clavier). Mais cette fois, ce sera pour le secteur non marchand. Aujourd'hui, Christophe conçoit la majorité des messages qui sortent de l'agence. En fait, il semblerait qu'il y ait fortement pris goût...



Franck Hourdeau
Mediaprism Group



Après avoir participé au lancement d'Aide et Action et à la formidable histoire du développement du parrainage d'enfants en France, Franck Hourdeau a travaillé successivement pour l'APF, Action contre la Faim et l'Unicef avec la particularité d'alterner des postes de direction du développement ou de la communication. Il y a deux ans, Franck Hourdeau a rejoint Mediaprism group en tant que directeur général adjoint en charge des Associations ou des Fondations. Co-fondateur du Club des Fundraisers, il en a été le premier Président.



Mike Johnston
HJC





Michael est le Président fondateur de l'agence-conseil en fundraising Hewitt and Johnston Consultants (HJC), basée à Toronto, Canada. HJC est un partenaire principal d'Optimus, dans une logique de partage d'expériences. Il travaille dans la collecte de fonds depuis vingt-trois ans, pour des centaines d'organisations non-profit au Canada, aux Etats-Unis, en Europe, Amérique Latine et Asie-Pacifique. Michael est un expert reconnu sur les innovations en fundraising marketing direct et campagnes multi-canal, en particulier via l'utilisation des nouveaux media comme internet ou le mobile, et leur intégration avec le marketing direct offline "traditionnel". Il est l'auteur de *The Fund Raiser's Guide to the Internet* et *The Non-profit Guide to the Internet*.



Etienne Jolivet
Ecedi



Etienne Jolivet, directeur du service Technologies de l'agence Ecedi travaille dans le domaine de la communication numérique depuis sept ans. Il a notamment travaillé pour le Téléthon, la Croix Rouge française, le Sidaction, Médecins du Monde. Ecedi est une agence Web engagée depuis sa création, par son travail constant de recherche en matière d'accessibilité pour les personnes handicapées, son partenariat avec le monde associatif et d'intérêt général, et sur les valeurs éthiques de son développement.



Agnès Lamoureux
Fondation de France



Agnès Lamoureux est directeur de la Communication de la Fondation de France qu'elle a rejoint en 2001. Elle était auparavant directrice générale adjointe de l'agence DDB&Co. Elle a effectué ses débuts chez Infoplan, réseau mondial de relations publiques, puis chez Robert&Public avant de rejoindre, en 1992 Hintzy Heyman & Associés, agence de communication corporate.



Pierre Laurent
CCFD



Pierre Laurent est Directeur des relations donateurs du CCFD-Terre Solidaire, en charge de la communication et de la création de générosité. Ces dix dernières années, il a été Vice Président Marketing-Communication de Buongiorno group, leader mondial d'application de contenu pour la téléphonie mobile, et fondateur de TuuuT.com. Précédemment, il a été Directeur de Médecins du Monde-international pendant huit années, après avoir commencé sa carrière comme Conseiller Education-culture au Cabinet de Jacques Delors à Bruxelles.



Isabelle Le Roi
Institut Curie



Titulaire d'un DESS Marketing option Management et Stratégie d'Entreprise, Isabelle travaille pendant douze ans comme Cadre marketing et Communication dans le secteur marchand (Grandes Entreprises Internationales, Agences et Annonceurs). En 1995, elle rejoint le secteur caritatif où elle occupe des postes de responsable de la collecte de fonds. En 2005, elle devient la première Responsable de Relations Testateurs à l'APF. En Janvier 2010, elle rejoint l'Institut Curie en tant que Responsable du Développement des Libéralités.





Diplômée d'une ESC et titulaire d'un Mastère de Marketing et Communication (ESCP), Emmanuelle a un parcours d'une quinzaine d'année dans l'univers de la santé. Après une première expérience de Chargée de Communication d'un institut de recherche à l'Hôpital Saint-Louis, elle est depuis sept ans Responsable du développement des partenariats et de la collecte de fonds de l'Institut Gustave Roussy à Villejuif.

Emmanuelle Le Roy
Institut Gustave Roissy





Après 4 années passées dans l'agence de marketing relationnel Grrrey !, Marie Ève a rejoint l'agence \EXCEL en 2004 où elle a accompagné, en qualité de directrice de clientèle, de nombreuses associations dans leurs stratégies de développement des ressources (Association des Paralysés de France, Handicap International, Aide et Action, Secours Catholique, Croix Rouge française...). Depuis 2009, Marie Ève a intégré l'équipe Planning Stratégique de l'agence qui intervient pour les clients de l'agence. Elle est titulaire du Certificat Français de Fundraising (1ère promotion).

Maris Eve Lhuillier
(\EXCEL)

2 3



Après cinq années d'expériences au sein d'un des pionniers de l'Internet en Europe, Antoine Martel se consacre depuis 2004 quasi-exclusivement au développement de la collecte de fonds des associations et principalement via internet. Il est depuis le 1er mars 2010, directeur du département internet chez Adfinitas, agence européenne indépendante spécialisée en fundraising.

Antoine Martel
Adfinitas





Après son passage en cabinet de conseil en communication, cette diplômée d'école de commerce décide de s'engager et de mettre ses compétences au service du développement par l'éducation avec Aide et Action. De retour du Cambodge où elle s'est occupée de la collecte de fonds et du partenariat avec l'Institut National de l'Education, Claire partage aujourd'hui avec Thomas Boisserie la responsabilité du développement des partenariats entreprises et fondations de l'association en Europe.

Claire Mémier
Aide et Action

3 3



Jérôme Mollier a derrière lui neuf années d'expertise en Datamining et CRM analytique. Titulaire d'un Magistère d'économétrie et un DEA d'économie, il a pris en charge le pôle Etudes et Statistiques de Directinet en avril 2008. Il occupait précédemment le poste de Senior Manager dans le département Customer Insight chez Soft Computing. Jérôme est également maître de conférence en 2e année de Mastère Pro à l'université Paris 1 - Panthéon Sorbonne.

Jérôme Mollier
Directinet

3 6





Gilles Perreten a effectué l'ensemble de son activité professionnelle dans les ressources humaines. Responsable des Ressources Humaines dans l'industrie automobile puis dans l'industrie de Défense, il choisit ensuite d'orienter sa carrière professionnelle à l'accompagnement par le coaching des managers, des collaborateurs et des équipes constituées ou en devenir. Il est formé successivement par Olivier Devillard à l'IFOD, puis par François Delivré à l'Académie du Coaching. Il fait sien le principe selon lequel « il n'y a pas de conseil en coaching, il n'y a qu'une élaboration ». Résolument orientée vers l'action, cette élaboration aboutit à une démarche que Gilles Perreten qualifie « d' ELABOR'ACTION ».

Gilles Perreten
Gilles Perreten

3 4



Diplômée de l'ESC La Rochelle, Magalie Petit travaille depuis plus de 12 ans au service des associations. En tant que directeur du marché chez WDM France, Magalie a développé une réelle expertise en termes de gestion, de fiabilisation et de valorisation des données, acquise tant au sein du secteur marchand que non marchand. Elle est, notamment, à l'origine de plusieurs projets de traitements mutualisés.

Magalie Petit
WDM France





Alain Pierre est aujourd'hui directeur de la collecte de fonds grand public de La Chaîne de l'Espoir. Après des études universitaires scientifiques (Paris VI), il rejoint La Chaîne de l'Espoir en 2002. Pendant quatre ans, il est chargé de mission, d'abord au service développement où il formalise les outils de prospection et de suivi des partenariats, puis au service projets où il coordonne plusieurs missions opérationnelles (tsunami...). Responsable de la stratégie Internet depuis 2005, il prend la direction de la collecte de fonds grand public l'année suivante pour renforcer les fondamentaux de la collecte de fonds et pour la diversifier.

Alain Pierre
La Chaîne de l'Espoir

 2 5



Après des études d'expertise comptable, Emmanuel a été pendant dix sept années sur le terrain du développement au Sud du monde dans cinq pays d'Afrique et Madagascar comme volontaire, Responsable Administratif et Financier puis Représentant National pour l'AFVP (Association française des volontaires du progrès). Il est, depuis juillet 2009, Directeur de la Fondation Danielle Mitterrand, France Libertés. Une fondation qui a orienté ses engagements de la protection des droits de l'homme vers la question de la préservation des biens communs de l'humanité et de leur libre utilisation par tous, avec en point d'orgue, l'eau.

Emmanuel Poilâne
France Libertés - Fondation Danielle Mitterrand



Amandine Ponssard
/Qualicontact



Après deux ans en tant que Responsable Formation des téléacteurs chez DI-Ceritex, elle intègre \QUALI-CONTACT en 1996, en charge du recrutement et de la formation, puis évolue au poste de responsable de production. Depuis 1999, elle développe le service Clientèle à vocation marketing, composé de cinq Responsables Clientèle.



Pascal Ponty
Association Partage



Pascal Ponty préside l'association Partage depuis plus de dix ans. Ancien cadre dirigeant dans une grande entreprise industrielle, il exerce aujourd'hui en tant que consultant et coach professionnel. Tant dans ses mandats associatifs que dans ses fonctions professionnelles, il s'attache à accompagner le changement et l'innovation stratégique en y intégrant les dimensions humaines et sociétales. A Partage, ONG française d'aide à l'enfance, il préside à une dynamique de développement de la communication et d'extension vers de nouveaux réseaux d'acteurs engagés aux côtés de l'association, tout en réaffirmant les valeurs fondamentales.

Fabienne Pouyadou
Care France





Depuis plus de quinze ans, Fabienne a initié des partenariats avec des entreprises de tous secteurs en France et en Angleterre pour des causes comme la lutte contre le VIH, l'exclusion sociale ou le développement. En tant que directrice du développement de l'agence /EXCEL, elle a notamment participé à la conception de l'offre de conseil aux entreprises sur ces sujets. Elle est aujourd'hui directrice des partenariats entreprises pour CARE France où elle développe, avec son équipe, une approche innovante des relations entreprises pour un développement durable des pays du Sud et des campagnes de mobilisation des salariés. Fabienne est membre du bureau de l'AFF.



Roland Raymond
Fondation d'Auteuil



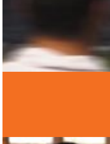
Après de nombreuses années passées dans la gestion d'abonnements et la communication directe, Roland s'est spécialisé dans la gestion des bases données pour les associations. En 1999, il entre chez Médecins du Monde comme responsable de la relation donateurs et occupe depuis bientôt quatre ans, la fonction de directeur marketing à la Fondation d'Auteuil.



Michel Raynaud
Amnesty International



Michel Raynaud, 42 ans, a débuté dans le marketing d'un groupe de presse avant de rejoindre le secteur de l'intérêt général pendant plus de dix ans au sein d'agences de collecte de fonds et de mobilisation. Il a ainsi travaillé au côté de nombreuses associations et fondations avant d'occuper, depuis 2006, la fonction de directeur du développement d'Amnesty International France.



Lucie Rémillard
United Way Tocqueville



Lucie Rémillard a fait toute sa carrière au sein d'associations ou d'organisations sans but lucratif ayant des missions très diversifiées : social et solidarité, promotion économique, éducation, recherche, santé. Elle a tour à tour occupé les fonctions de Directeur des communications, de Directeur de la levée de fonds et de Président et Directeur Général de grands organismes Québécois et Canadiens. Au cours de la dernière décennie, elle a dirigé des campagnes majeures de levée de fonds qui ont généré $280 millions de dons. En 2005, Lucie Rémillard a été recrutée pour occuper le poste de Directeur du Développement à l'Hôpital Américain de Paris où sa mission était de mettre en œuvre une campagne majeure à l'échelle internationale. Une fois cette mission terminée, elle s'engage dans la mise en place d'une antenne United Way en France. United Way est la plus grande association philanthropique au monde, originaire des Etats-Unis, elle est présente dans 45 pays du monde.



Simon Romain
Oxfam



Chargé de collecte de fonds pour l'association Oxfam France, Simon travaille plus particulièrement à la gestion de l'organisation du premier Trailwalker Oxfam en France, un événement sportif et solidaire innovant pour financer les projets de l'association. Diplômé de l'Ecole Supérieure de Commerce de Rennes, c'est après avoir travaillé deux ans en tant que chargé de communication dans une autre ONG qu'il a rejoint l'association Oxfam France en mai 2009.



Maria Ros Jernberg
FRII





Maria possède une longue expérience en fundraising et en communication et elle est une intervenante très appréciée dans de nombreuses conférences internationales. Elle a été Directrice du fundraising pour Amnesty Internationale en Suède et a travaillé comme consultante en fundraising pendant de nombreuses années en Suède et au Royaume-Uni. En 2009, elle rejoint le Swedish Fundraising Council en tant que chef des formations et de la communication et avant qu'elle ne passe près de trois ans en tant que PR and Values Manager de The Body Shop Suède. Maria croit en l'importance de la marque pour le secteur non-marchand et pense que la passion est un élément clé pour la réussite de la marque. Elle défend également avec passion le planning stratégique, les happy donors, le chocolat, le bon vin, ses enfants et son mari !





Pendant huit ans, Christophe-Charles a été plongé dans la refondation d'image et de fundraising juste après la création de la Fondation de l'ADS. Après avoir travaillé le marketing ressources & communication dans cinq secteurs différents : CCI de Paris, aérien, nucléaire, collectivité, agence, il assure depuis un an la double mission de délégué général de la Fondation Notre Dame et directeur du développement des ressources de l'Archevêché de Paris.

Christophe-Charles Rousselot
Fondation Notre Dame





Fabien a rejoint le groupe Faircom en janvier 2010 au poste de directeur de l'agence parisienne. Il a commencé sa carrière en agence chez Publicis Consultants puis au sein de Lowe Stratéus. Depuis 3 ans, Fabien était directeur délégué de l'agence de fundraising et de communication d'intérêt général Optimus.

Fabien Scemama
Faircom Group



De formation publicitaire, après des années passées en agence dans la communication globale, Anne-Marie s'oriente vers le marketing direct en 1984 à ses débuts en France dans une agence conseil spécialisée. Après plusieurs expériences en agence dans le conseil dont Young et Rubicam, un passage chez l'annonceur dans le secteur marchand et deux ans dans la formation Marketing Direct en IUT Techniques de Commercialisation et Tourisme, elle entre dans le monde associatif en 1997 et travaille d'abord pour Action contre la faim. Depuis 2005, Anne-Marie Schmit est Directrice de la collecte de fonds chez Greenpeace.

Anne-Marie Schmit
Greenpeace







De formation HEC (1992), DESS de gestion culturelle de Paris-Dauphine, Virginie Seghers est consultante auprès de grandes entreprises, fondations et ONG, en tant que spécialiste du mécénat et de la responsabilité sociale. Déléguée générale de l'ADMICAL (Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial) de 1994 à 2002, elle a œuvré pour améliorer le cadre de développement du mécénat en France et en Europe, et favorisé la création de nombreuses fondations. Depuis 2003, Virginie Seghers développe notamment des enseignements sur la responsabilité sociale des entreprises à Sciences Po et à l'ESCP-EAP, et s'investit beaucoup dans le champ de l'entrepreneuriat social. Elle a publié deux livres *L'audace des entrepreneurs sociaux* et *Ce qui motive les entreprises mécènes* aux éditions Autrement en 2007.

Virginie Seghers
Alma Viva Conseil



35



Fundraiser français installé en Italie depuis 2001. Il est depuis 2008 le responsable de la récolte de fonds en Italie de l'organisation internationale ActionAid qui récolte annuellement 45 millions d'€ principalement à travers le parrainage d'enfants à distance. Auparavant, il a travaillé pour le Comité Italien pour l'Unicef comme spécialiste dans le domaine du marketing direct. Diplômé d'une école de commerce et titulaire d'un Master en Coopération Internationale, il a vécu en Afrique et en Amérique Latine avant de s'engager dans le secteur humanitaire.

Patrice Simonnet
Action Aid Italie



13



Diplômée de Sciences Po Bordeaux, Charlotte a été chargée de collecte de fonds à AIDES, avant de travailler sur un projet de recherche en sciences sociales en Afrique de l'Ouest. Depuis janvier 2009, elle a rejoint Oxfam France en tant que chargée de collecte de fonds. Elle s'occupe principalement de la fidélisation des donateurs et de la collecte de rue.

Charlotte Soulary
Oxfam France

22



Laurent Terrisse, 47 ans, fondateur et dirigeant avec Frédéric Bardeau de l'Agence de communication responsable off et on line LIMITE, est l'un des pionniers en France de la communication responsable sur de grands sujets d'intérêt général et de développement durable. Au sein de grandes agences et groupes dont TBWA où il lance NON PROFIT, l'agence des logiques non marchandes, en janvier 2002, il a développé, à travers la création des Pièces Jaunes, les actions terrain et publicitaires de l'APF (bâchages de voitures), de MdM (tentes des sdf), diverses stratégies d'entreprises sur des sujets d'intérêt général de nombreux programmes et campagnes de communication sur de grands sujets de société.

Laurent Terrisse
Agence Limite









Daryl est un intervenant régulier dans de nombreuses conférences internationales, il est également un ambassadeur de The Resource Alliance, membre de l'Association des professionnels du fundraising en Espagne et au Royaume-Uni, et du conseil d'administration d'EUConsult.

Daryl Upsall
Daryl Upsall Consulting International





Antoine Vaccaro
Faircom Group



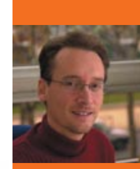


Antoine Vaccaro est titulaire d'un doctorat en sciences des organisations à Paris IX-Dauphine (gestion des économies non-marchandes). Il totalise vingt cinq années d'expérience dans tous les secteurs de la recherche de fonds, dont vingt ans d'enseignement en marketing social et en fundraising (Sciences Po, UMA-Ecole des mines, Celsa) et un parcours dans des grandes organisations non gouvernementales (Fondation de France, Médecins du Monde). Il est président du Cerphi (Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie), vice-président de Faircom, agence de communication d'intérêt général, co-fondateur de TBWA Non-Profit et fondateur de l'agence Excel.

Alexis Vandevivère
Adfinitas







L'expérience associative d'Alexis démarre en 1994 en travaillant pour Aides. Elle passe ensuite par le Secours Catholique, les petits frères des Pauvres, puis, pendant six années, par la direction du développement à l'Association des Paralysés de France. Il a été, par ailleurs, administrateur de France Générosités et du Comité de la Charte où il est, encore aujourd'hui, chargé de la formation des contrôleurs. Depuis 2007, Alexis est directeur de l'agence de fundraising Adfinitas-Paris, et est actuellement administrateur de l'AFF et d'Agir et Vaincre l'Autisme.

Catherine Vialle
Ernst & Young





Catherine Vialle spécialisée depuis plus de vingt ans dans le secteur des fondations et associations, est avocat au cabinet Ernst & Young, dans le département des OSBL. Ses expériences en tant que Directeur juridique et administratif de la Fondation de France, et responsable juridique et administratif du Secours Catholique lui ont permis de développer une compétence, notamment concernant les aspects juridiques des fondations et associations, dans les secteurs de l'enseignement supérieur, du caritatif et autres domaines de l'intérêt général.

Jean-Marie Vieux
Fondation Abbé Pierre





Jean-Marie Vieux a d'abord travaillé entre autres dans le domaine comptable et financier, pour diverses associations gérant des CHRS - Centre d'Hébergement et de Réinsertion Sociale - (sortants de prison, jeunes en difficultés, entreprise d'insertion, accueil de réfugiés…), Maisons d'accueil l'Ilôt, Association d'entraide ANEF. De 1994 à 2000, il est directeur de l'association française des Polyarthritiques puis conseiller de l'emploi à l'ANPE de 2000 à 2007. C'est en 2007 qu'il rejoint la Fondation Abbé Pierre en tant que chargé des relations Testateurs Donateurs.

Carine Vincent
Safig Dataway





Carine, après avoir fait l'école internationale Rosella Hightower, a débuté sa carrière loin des bases de données en tant que danseuse contemporaine. Après huit ans dans le télémarketing chez Direct Marketing France, la rencontre avec les bases de données se fait chez Diacom. C'est en 1998 qu'elle rejoint Safig, aujourd'hui Directrice Commerciale Bases de Données, elle est en charge du développement de l'offre dédiée aux associations. Carine travaille depuis plus de dix ans avec le marché associatif.

Johanna Wojtuniowski
Fondation Nicolas Hulot





Johanna est chargée de communication et des relations donateurs pour la Fondation Nicolas Hulot depuis sept ans. Elle a souhaité dès la fin de ses études de management de projet s'engager pour une cause qui lui tient à cœur. Elle arrive donc fin 2003 dans une équipe d'une dizaine de personnes et connaît le développement de la Fondation sur la toile à travers 2 campagnes fortes, le Défi pour la Terre et le Pacte écologique. Son intérêt pour la collecte et Internet l'ont amené au fil de cette riche expérience à se spécialiser sur ces sujets dans une équipe aujourd'hui constituée de trente personnes.





Informations pratiques

Comment vous rendre au séminaire

Le séminaire aura lieu à **l'Enclos Rey,** comme chaque année depuis sept ans, dans les locaux de **l'association Partage et Solidarité Accueil.** Ce centre de réunions nous offre un jardin en plein cœur de Paris. Pour profiter de ce havre de paix et de verdure, les pauses-cafés ainsi que les déjeuners se déroulent en extérieur (si le temps le permet).

L'adresse de l'Enclos Rey :
Partage et Solidarité Accueil
57 rue Violet
75015 - Paris
Tel : +33 (0)1 44 37 34 00

Si vous venez en métro
Ligne 8, station Commerce
Ligne 10, station Emile Zola
Ligne 6, station Cambronne

Si vous venez en voiture
Parking Garage de la Poste
104 rue du Théatre
75015 Paris

Lorsque vous aurez franchi l'accueil de Partage et Solidarité Accueil, suivez le fléchage « 9e Séminaire Francophone de la Collecte de Fonds ».

Renseignements durant le séminaire

Lors du séminaire, si vous avez quelque question que ce soit, n'hésitez pas à vous adresser aux bénévoles qui seront sur place.
Vous pourrez les distinguer grâce aux tee-shirts « staff » qu'ils porteront.
Il y aura également quelqu'un en permanence dans le hall d'accès aux salles pour vous guider.

Apéro Quizz | mardi 22 juin à 18h

Quizz web présenté par le cercle de e-fundraisers.
Venez découvrir de manière ludique les best-off du e-fundraising. Un jeu qui sera une véritable source d'inspiration pour développer votre stratégie de fundraising online. Venez donc participer au Quizz ! Et tout cela autour d'un verre de bienvenue pour célébrer ensemble ce premier jour de séminaire.

La soirée du jeudi 24 juin

Venez nous retrouver au **restaurant Le Quai** le jeudi 24 juin à partir de 19h30 autour d'un buffet « Cheese and Wine » pour passer un moment convivial qui clôturera les trois journées de formation.

Au cours de la soirée, les lauréats du Prix de l'Innovation en Fundraising et du Prix du Public (choisi grâce aux votes des participants au Séminaire) recevront leur trophée.

Pour y accéder, il faudra vous munir de l'invitation au cocktail que vous avez reçue par email.
En cas d'oubli, adressez-vous aux bénévoles qui seront présents à l'Enclos Rey lors du séminaire.

Des cars affrétés par l'AFF seront mis à disposition le jeudi 24 juin à 19 heures à l'Enclos Rey pour le transfert jusqu'au restaurant Le Quai.
Nous espérons vous y retrouver nombreux pour terminer en beauté ce 9e séminaire.

Restaurant le Quai Port de Solférino - Voies sur berges 75007 Paris Metro Solférino

Après le séminaire

A l'issue du séminaire, retrouvez toutes les présentations des intervenants du 9e séminaire Francophone de la Collecte de Fonds sur le site **www.fundraisers.fr**

Vous en voulez encore ?

Pour continuer de vous informer régulièrement sur le domaine de la collecte de fonds et suivre les différentes formations proposées tout au long de l'année à des tarifs préférentiels : **devenez membre de l'AFF !** Pour faire partie du réseau privilégié des fundraisers, membres de l'AFF, téléchargez sur notre site le formulaire d'adhésion et renvoyez-le nous par fax ou par courrier.

Association Française des Fundraisers 6 rue de Londres 75009 Paris. Tel : 01 43 73 34 65 Fax : 01 43 49 68 77
www.fundraisers.fr / info@fundraisers.fr

L'Association Française des Fundraisers remercie très sincèrement tous les partenaires du 9e Séminaire Francophone de la Collecte de Fonds.

Partenaire principal : 

Partenaire or : 

Partenaires argent : 



Partenaires bronze : 





















Partenaire de vos pauses café : 

Partenaire du Prix de l'Innovation en Fundraising : 

Partenaire presse : 

Grâce aux partenaires du séminaire, l'AFF est à même de pratiquer des prix accessibles au plus grand nombre. Merci à eux !

Pour devenir partenaire du 10e Séminaire Francophone de la Collecte de Fonds ou pour devenir membre du Club des Partenaires de l'Association Française des Fundraisers, contactez Yaële Aferiat au 01 43 73 34 65 ou par email à yaele@fundraisers.fr

Plus d'informations sur l'Association Française des Fundraisers rendez-vous sur **www.fundraisers.fr**, le portail de la collecte de fonds.

Conception graphique Annie Demongeot. Impression Advence